M2. Tipare de gândire (biasuri cognitive)

Biasurile cognitive sunt niște **mecanisme de gândire,** **reacții automate ale creierului sau „scurtături" mintale,** numite în același timp și erori sistematice, care pot ajuta oamenii să **filtreze și să organizeze mai repede și mai eficient informația. Creierul este obișnuit să facă scurtături ca să ajungă la o decizie mai rapid sau să înțeleagă mai ușor ce se întâmplă.** Deși pot ajuta în anumite situații, nu toate scurtăturile sunt benefice, iar tiparele de gândire ne pot conduce la perceperea în mod eronat a realității.

Tiparele de gândire influențează, așadar, **modul în care oamenii percep și interpretează** informațiile sau **modul în care le memorează și își aduc aminte** de ele. Atunci când tiparele de gândire intervin în procesarea informațiilor, există riscul de a cauza **erori în gândirea oamenilor,** spre exemplu:

- **exclud sau ignoră informații** importante, dar care nu le convin;
- **interpretează greșit sau părtinitor** mesaje media;
- **decid *„ce este adevărat"* sau *„ce este credibil"* pe baza lucrurilor pe care deja le cred sau le cunosc, fără a ține cont întotdeauna de fapte.**

Biasul de confirmare = Tendința oamenilor de a căuta, accepta și reține informații pe care le confirmă convingerile și respingerea sau minimizarea celor care le contrazic.

Biasul de autoritate = Tendința oamenilor de a accepta mai ușor informații dacă ele provin de la o sursă în care au încredere sau pe care o creditează cu autoritate, chiar și în domeniile în care nu are de fapt expertiză. (Se aplică și cu prietenii, familia sau influencerii: există riscul de a confunda familiaritatea și celebritatea drept autoritate/expertiză.)

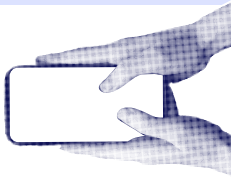


Fluența euristică = Tendința de a accepta o informație, chiar și ilogică sau falsă, dacă aceasta este prezentată clar, într-un mod atractiv și accesibil sau cu profesionalism.

Efectul de turmă = Tendința de a gândi sau de a ne comporta într-un anumit fel doar pentru că un grup mare de persoane face același lucru. Efectul de turmă ne poate predispune să considerăm ceva popular ca fiind corect sau mai valoros, chiar și atunci când nu este cazul.

Atracția pentru povești = Tendința naturală a oamenilor de a înțelege și a reține mai ușor informațiile prezentate sub formă de poveste, chiar și atunci când povestea nu este completă sau prezintă greșit sau fals fapte.

Deși nu le putem opri complet din a se manifesta, putem **gestiona biasurile cognitive,** punându-ne întrebări despre ce vedem sau ce citim, verificând surse și informații și deconstruind mesajele.



Resursă realizată în cadrul Programului de Educație Media demarat de CJI în parteneriat cu Romanian-American Foundation și susținut prin proiectul BROD* și prin proiectul „Digital literacy transformation for Romanian Youth", proiect finanțat de Fondation Botnar, coordonat de CJI și implementat în parteneriat cu Ashoka România, E-Civis, EDUMI, Funky Citizens și Grupul PONT.

***Proiectul BROD (Bulgarian-Romanian Observatory of Digital Media) este finanțat prin Programul Europa Digitală al Uniunii Europene, sub contractul nr. 101226153.**

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)